

## *Area Studi Mediobanca*

### **I maggiori gruppi italiani della Gdo alimentare, 2010-2014**

#### *In sintesi*

Il fatturato dei maggiori operatori della Gdo italiana è cresciuto tra 2010 e 2014 dell'1,5%, ma ha ceduto l'1% nell'ultimo anno.

Il record di crescita delle vendite dal 2010 spetta ai discount di Eurospin Italia (+48,7%), seguita da Esselunga (+10,7%); non si arresta nel 2014 la caduta dei gruppi francesi: dal 2010 Carrefour ha ceduto il 19,1%, Auchan-SMA il 13,7%. Anche nel 2014 Eurospin (+6,3%) è cresciuta più di Esselunga (+1,2%) e il suo fatturato (4,1 miliardi) si avvicina a quello dei gruppi francesi (4,6 miliardi). Esselunga è ancora lontana a 6,9 miliardi. Le difficoltà dei gruppi francesi sono evidenti anche nella caduta dei ricavi per mq: -17,1% per Carrefour, -15,2% per Auchan-SMA.

Esselunga si conferma il gruppo più efficiente, con 16mila euro di vendite per metro quadro, ma la società più redditizia è Eurospin Italia, con un roe nel 2014 pari al 24,2% contro il 13,6% di Esselunga e utili al 5,8% dei ricavi contro il 4,9% di Esselunga. I risultati di Eurospin Italia sono in costante miglioramento dal 2010 e dal 2012 la società è più redditizia di Esselunga i cui margini economici sono invece in progressiva riduzione.

I punti di forza di Eurospin: veloce riciclo del magazzino (17,5 giorni), rapido pagamento dei fornitori (67 giorni), bassa incidenza dei costi del personale (5,6% del fatturato), meno della metà della media degli altri operatori. Il fatturato per addetto di Eurospin è pari al doppio di Esselunga: 650mila euro contro 325mila. Eurospin conta 6.300 dipendenti contro i 21.100 di Esselunga.

Dal 2010 Eurospin ha cumulato utili netti per 550 milioni, metà di quanto realizzato da Esselunga che ha toccato 1,1 miliardi. Profondo il rosso di Carrefour: -2,4 miliardi.

Il sistema delle maggiori Coop ha chiuso il 2014 con un fatturato aggregato a 11,2 miliardi, in perdita operativa (-0,2% il mon sul fatturato), ma con un risultato corrente (2,6% del fatturato), grazie al contributo della gestione finanziaria (2,8% del fatturato). Sei delle undici società dell'aggregato Coop hanno chiuso il 2014 con una perdita operativa. Coop Liguria è stata la migliore (mon al 2,7% del fatturato). In cinque anni l'aggregato delle coop ha cumulato utili per 53 milioni, rivenienti da proventi finanziari netti per 1.036 milioni, margini industriali per 136 milioni e proventi non ricorrenti per 194 milioni, a fronte di svalutazioni finanziarie per 814 milioni e imposte per 499 milioni. Unicoop Firenze è la cooperativa di maggiori dimensioni (2,7 miliardi) e quella più efficiente (13.800 euro per mq). Dal 2016 è operativa Coop Alleanza 3.0, fusione di tre precedenti cooperative, con ricavi stimati in 5 miliardi di euro.

I finanziamenti da soci sono in recupero del 2,5%, dai 10,8 miliardi del 2013 agli 11,1 miliardi del 2014; le consistenze maggiori sono raccolte da Coop Adriatica (2.284 milioni) e Unicoop Firenze (2.149 milioni). Il portafoglio degli investimenti finanziari è pari a 10,7 miliardi, composto da titoli non immobilizzati per 7,3 mld (+12,4% sul 2013, di cui 3,5 mld in titoli di stato e 2,5 mld in

obbligazioni), partecipazioni per 2,1 miliardi e titoli immobilizzati per 1,3 miliardi. Le disponibilità sono pari a 2 miliardi (-1,1% sul 2013).

### *Le società esaminate*

Il report esamina sei tra i maggiori Gruppi italiani della Gdo operanti prevalentemente nella distribuzione alimentare al dettaglio. Si tratta di: interessi italiani di Auchan-SMA che nel 2014 rappresentavano l'8,5% del giro d'affari mondiale del gruppo (53,5 mld di euro); Canova 2007, holding della famiglia Brunelli cui fa capo la Finiper, con i marchi Iper e Unes; interessi italiani di Carrefour che coprono il 6,2% dei 74,7 mld mondiali; Eurospin Italia, catena discount controllata con quote paritetiche del 25% ciascuna dalla cooperativa DAO – Dettaglianti Alimentari Organizzati (Lavis, Tn), Migross (della famiglia veronese Mion), Shop (della famiglia Pozzi, attraverso la Supermarkets Dugan) e Vega (cooperativa di dettaglianti attiva in Veneto e Friuli VG); Supermarkets Italiani della famiglia Caprotti con il marchio Esselunga; e, infine, l'aggregato delle maggiori cooperative di consumatori (nove più due società da esse controllate) operanti a marchio "Coop". Si ricorda che le attività di Auchan-SMA fanno capo alla famiglia francese Mulliez le cui attività italiane hanno raggiunto nel 2014 un fatturato stimato in 7,4 mld realizzati essenzialmente nella grande distribuzione anche non alimentare (Decathlon, Leroy Merlin, Bricocenter e Bricoman). Tra i maggiori operatori, sono state escluse le principali associazioni di dettaglianti: Conad – Consorzio Nazionale Dettaglianti (parte dell'Associazione Nazionale Cooperative Dettaglianti-Legacoop; 11,7 miliardi di fatturato nel 2014), l'unione volontaria "Selex" (8,95 miliardi nel 2014; principali insegne A&O, C+C e Famila), organizzata attorno alla centrale partecipativa Selex Gruppo Commerciale, e la cooperativa Sigma - Società Italiana Gruppi Mercantili Associati (5,2 miliardi di fatturato nel 2014). In tutti questi casi la parcellizzazione dei soci imprenditori titolari degli esercizi legati a grandi distributori all'ingrosso oppure la compresenza di società che svolgono attività al dettaglio e all'ingrosso rende difficoltosa la produzione di aggregati di bilancio significativi e comparabili.

### *Dati di contesto*

Nel 2014 i maggiori operatori in Italia della Gdo alimentare per quota di mercato sono stati: Coop Italia (15%), Conad (11,7%), Selex (9,4%), Esselunga (8,7%), Auchan (7,2%), Carrefour (6,2%), Eurospin Italia (4,9%), Sigma (3,4%), Gecos (3,1%) e Canova 2007-Finiper (2,8%).

Sempre nel 2014 le aree di vendita della Gdo italiana si sono contratte dello 0,4%, i punti vendita del 2% <sup>(1)</sup>. Le riduzioni hanno riguardato le attività a minore superficie: - 4,1% il libero servizio (<400mq) e -1,3% i supermercati (tra 400 e 1499mq); hanno tenuto gli ipermercati (>2500mq) calati marginalmente dello 0,8% e infine hanno aumentato le presenze sia i superstore (tra 1500 e 2.499qm) con un progresso dell'1,7% sia i discount con uno del +2,8%. Il superstore è il format più efficiente con vendite mediamente pari a 8.300 euro/mq, seguito dall'iper a 6.100 euro/mq e dal supermercato con 5.300 euro/mq. Le vendite per mq sono in crescita tra 2007 e 2014 solo per i superstore (da 7.500 a 8.300 euro) e i discount (da 4.200 a 4.600); gli altri canali hanno perso terreno, in particolare gli iper (da 7.600 a 6.100 euro). Il segmento dei discount nel 2014 ha

---

<sup>1</sup> Fonte: Rapporto Coop 2015, Consumi e Distribuzione.

rappresentato il 15,1% della distribuzione organizzata. Al suo interno il Gruppo Eurospin è leader di mercato, con una quota del 32,7%.

L'Italia resta un paese con aspetti contraddittori: 1) bassa presenza di grandi superfici, solo l'1,4% degli esercizi, mentre il libero servizio arriva a coprire il 50% del totale; 2) offerta complessiva elevata: 226mq ogni mille abitanti, alle spalle dei 343mq della Germania, ma davanti ai 196 della Spagna, i 193 della Francia e i 99mq del Regno Unito; 3) forte apertura del mercato, ove i primi tre operatori della Gdo rappresentano il 34% del mercato contro il 53/54% di Francia e Spagna e il 61% di Germania e Regno Unito.

#### *I maggiori operatori italiani (2010-2014)*

Il fatturato 2010-2014 dei sei Gruppi italiani della Gdo alimentare e le relative variazioni percentuali sul 2010 e sul 2013 sono indicati nella tabella che segue:

*Tab. 1 - Fatturato (migliaia di euro)*

	Esselunga	Carrefour	Auchan-SMA	Coop (*)	Eurospin	Iper-Unes	Totale (*)
2010	6.204.536	5.708.729	5.276.858	11.374.460	2.772.233	2.343.984	33.680.800
2011	6.445.180	5.405.274	5.158.030	11.600.166	3.078.127	2.352.879	34.039.656
2012	6.736.938	5.092.572	5.089.822	11.587.902	3.500.839	2.448.762	34.456.835
2013	6.788.562	4.763.276	4.869.166	11.270.952	3.878.763	2.499.696	34.070.415
2014	6.867.697	4.618.351	4.551.593	11.200.845	4.123.289	2.455.381	33.817.156
<i>var % (14-10)</i>	<i>10,7</i>	<i>-19,1</i>	<i>-13,7</i>	<i>1,8</i>	<i>48,7</i>	<i>4,8</i>	<i>1,5</i>
<i>var % (14-13)</i>	<i>1,2</i>	<i>-3,0</i>	<i>-6,5</i>	<i>-1,5</i>	<i>6,3</i>	<i>-1,8</i>	<i>-1,0</i>

(\*) Variazioni calcolate su base omogenea. Si segnala che alla data di redazione di questa nota il consolidato di Gecos-Pam non era depositato; il suo giro d'affari è stimato in 2.376 milioni.

Le vendite dell'aggregato sono calate nel 2014 dell'1%, attestandosi a 33,8 mld di euro <sup>(2)</sup>. Nell'ultimo anno solo Eurospin Italia (+6,3%) ed Esselunga (+1,2%) hanno segnato incrementi; Auchan-SMA è calata del 6,5%, Carrefour del 3%, Canova 2007 (Iper e Unes) dell'1,8%, mentre l'aggregato delle maggiori Coop ha ceduto l'1,5%. Nel quadriennio 2010-2014, Carrefour (-19,1%) e Auchan-SMA (-13,7%) hanno ridotto notevolmente il fatturato, l'aggregato Coop è cresciuto dell'1,8% mentre Eurospin Italia ha riportato un aumentato del 48,7%, davanti a Esselunga (+10,7%).

(2) Ove possibile le variazioni percentuali sono espresse "su base omogenea" per tenere conto, essenzialmente dell'importante discontinuità che ha interessato l'aggregato Coop nel 2013 per effetto della cessione delle attività "discount" facenti capo alla Dico e dalla acquisizione dei punti vendita in capo alla Distribuzione Roma.

La perdita di fatturato dei gruppi francesi ha fatto seguito a dinamiche differenti delle strutture commerciali. Dal 2010 Carrefour ha ridotto dell' 11,1% i punti vendita complessivi (diretti e franchising/affiliazione), passando da 1.302 a 1.158 (-144 unità). Nel caso di Auchan-SMA si è invece avuto un progresso del 2,6%, da 1.827 a 1.875 (+48). Le maggiori espansioni sono segnate da Eurospin Italia (+19,4%) e Coop (+9,3% su base omogenea), seguite da Esselunga (+5,7%) <sup>(3)</sup>. La rete più estesa nel 2014 è quella di Auchan-SMA con 1.875 punti vendita, dei quali oltre l'82% in franchising/affiliazione, formula cui il gruppo francese fa ricorso più estensivo (81,9% del totale), seguito da Carrefour con 1.158 punti (55% circa in franchising/affiliazione) e Eurospin Italia con 1.003 punti (diretti e franchising). Esselunga (149) e Coop (802) gestiscono solo punti vendita di proprietà.

Tab. 2 - Punti vendita complessivi (unità)

	Esselunga	Carrefour (1)	Auchan- SMA (1)	Coop (*)	Eurospin (1)	Iper-Unes (1)	Totale
2010	141	1.302	1.827	975	840	n.d.	n.d.
2011	141	1.303	1.817	1.000	881	n.d.	n.d.
2012	144	1.218	1.840	1.011	929	n.d.	n.d.
2013	143	1.125	1.806	760	972	n.d.	n.d.
2014	149	1.158	1.875	802	1.003	n.d.	n.d.
var % (14-10)	5,7	-11,1	2,6	9,3	19,4	n.c.	n.c.
var % (14-13)	4,2	2,9	3,8	5,5	3,2	n.c.	n.c.

(1) Inclusi i punti vendita in franchising ed affiliati.

(\*) Variazioni calcolate su base omogenea.

Nel quadriennio il numero dei dipendenti aggregati è rimasto sostanzialmente stabile (123.151 unità, -0,1%), saldo delle diminuzioni di Auchan-SMA (-13%) e Carrefour (-10,9%) e dei notevoli aumenti di Eurospin Italia (+37,1%) ed Esselunga (+9,4%). Eurospin è il gruppo con il minore numero di addetti (6.333 unità).

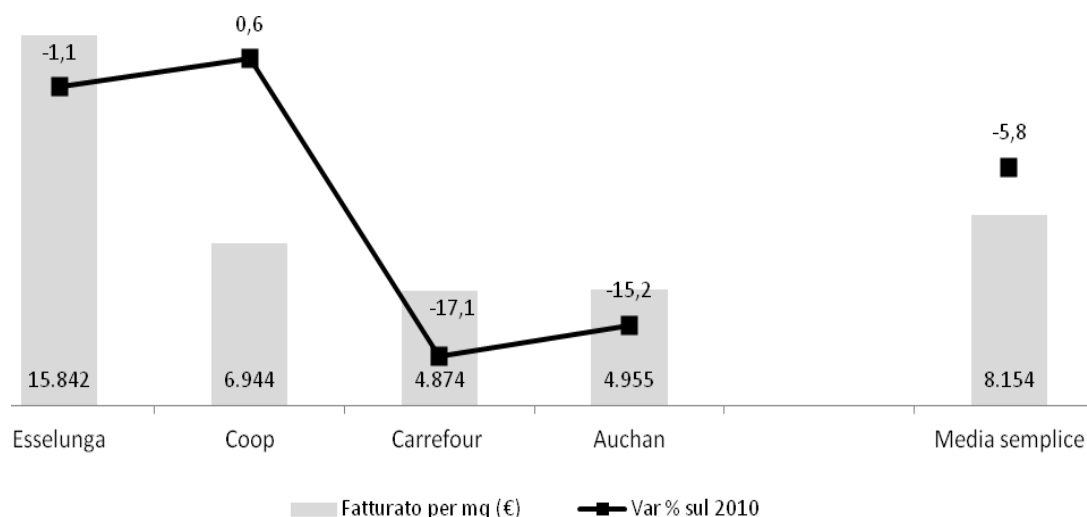
Esselunga ha confermato nel 2014 la leadership d'efficienza con circa 15.840 mila euro/mq, contro gli 8.150 euro medi del panel <sup>(4)</sup>. Gli altri gruppi si collocano tra i 6.940 euro/mq delle Coop e i 4.870 euro/mq di Carrefour. Tanto nel quadriennio quanto nell'ultimo anno, solo l'aggregato delle Coop mostra un aumento dei ricavi per mq (rispettivamente: +0,6% e +2,5%). Flessioni assai importanti sul 2010 hanno interessato Carrefour (-17,1%) e Auchan (-15,2%). Solo Unicoop Firenze, all'interno dell'aggregato Coop, ha conseguito vendite per mq prossime a quelle di Esselunga con 13.830 euro per mq. Anche esaminando il fatturato per punto vendita il quadro non muta: Esselunga realizza oltre 47 milioni (+6,1% sul 2010 e -0,6% sul 2013), il fatturato annuo di una media impresa italiana, davanti alle Coop (13,2 milioni, -6% omogeneo sul 2010 e -4,1% sul 2013), Auchan-SMA (12,9 milioni,

<sup>3</sup> Canova 2007-Finiper non rende noto il numero dei punti di vendita.

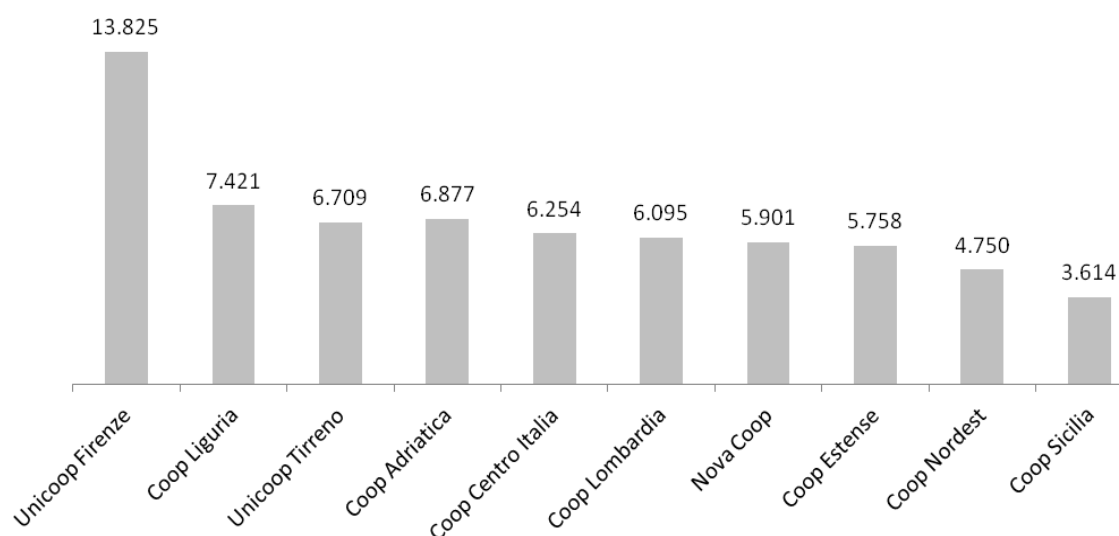
<sup>4</sup> Dati calcolati per tutti gli operatori sui soli punti vendita di proprietà; Eurospin Italia e Canova 2007-Finiper non rendono disponibili le superfici di vendita.

-11,9% e -4,7%), Carrefour (7,9 milioni, -21,6% e -9,9%). I livelli sono influenzati dalla superficie per punto vendita: quasi 3mila mq in media per Esselunga, 2.400 mq per Auchan-SMA, 1.900 mq per le Coop e 1.500 mq per Carrefour. I dipendenti per 1.000 mq sono massimi per Esselunga (49 unità), intermedi per l'aggregato delle Coop (30 unità), attorno alle 20 unità per i due Gruppi francesi.

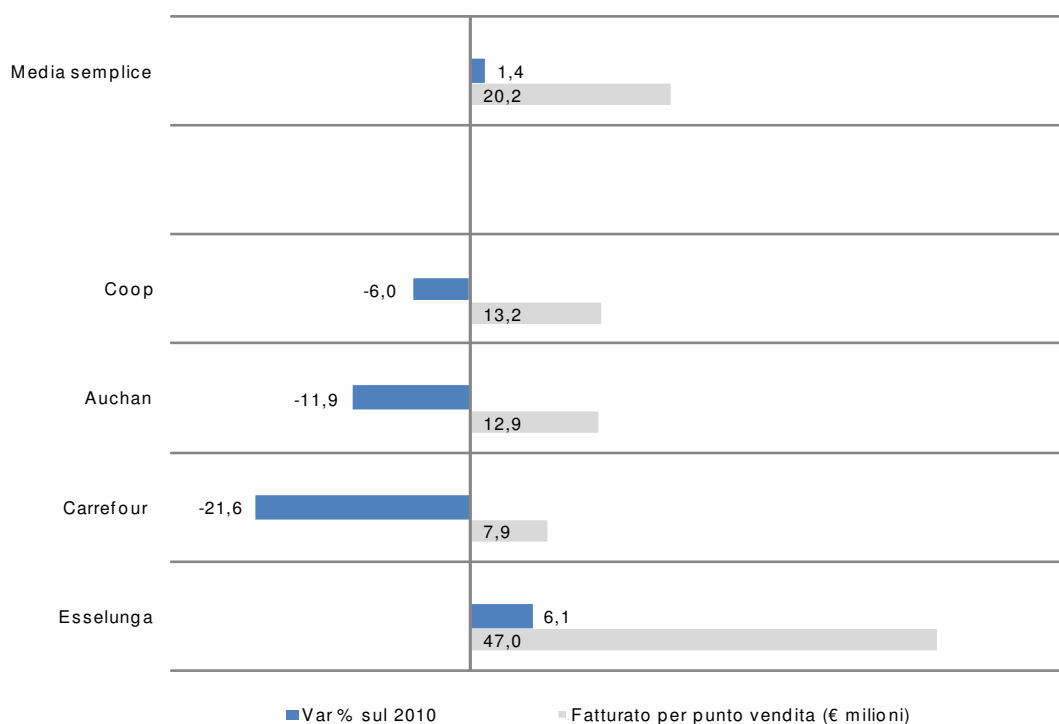
*Graf. 1 - Fatturato per mq nel 2014 (euro) e variazioni % sul 2010*



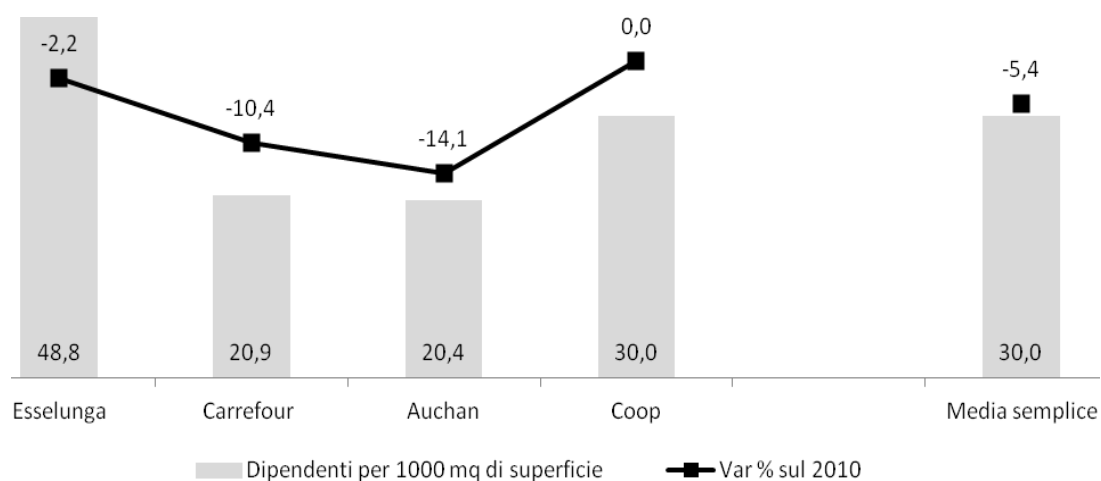
*Graf. 2 - Fatturato per mq nel 2014 (euro) delle principali società dell'aggregato Coop*



*Graf. 3 - Fatturato per punto vendita nel 2014 (milioni di euro) e variazione % sul 2010*



*Graf. 4 - Dipendenti per 1000 mq di superficie e variazioni % sul 2010*

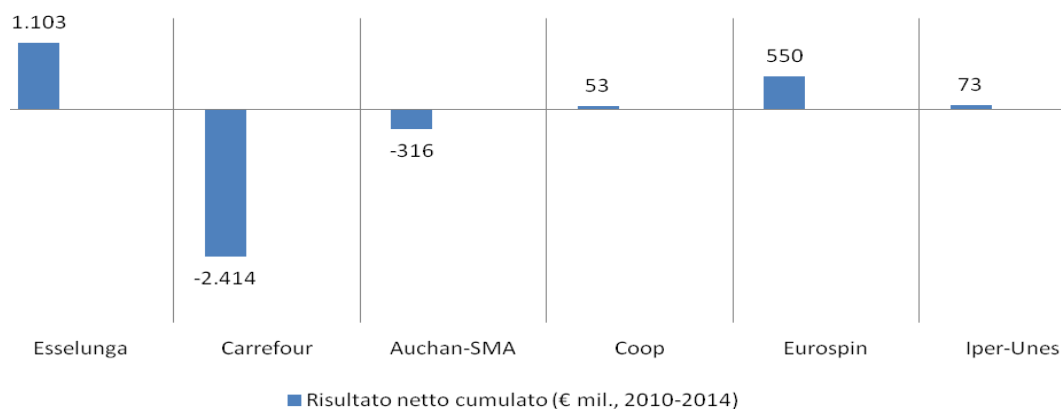


La struttura del conto economico, unitamente ad alcuni indicatori di efficienza e redditività, e il cumulo dei risultati netti nel quinquennio sono riportati nella tabella e nel grafico che seguono.

Tab. 3 - Struttura % del conto economico e indicatori di efficienza e redditività

	Esselunga	Carrefour	Auchan-SMA	Coop	Eurospin	Iper-Unes
<b>Valore aggiunto</b>	<b>19,9</b>	<b>15,4</b>	<b>14,8</b>	<b>18,7</b>	<b>13,6</b>	<b>19,2</b>
Costo del lavoro	12,3	14,6	14,0	14,9	5,6	13,1
<b>Mol</b>	<b>7,6</b>	<b>0,8</b>	<b>0,8</b>	<b>3,8</b>	<b>8,0</b>	<b>6,1</b>
Ammortamenti	2,4	2,7	4,2	4,0	2,2	3,5
<b>Mon</b>	<b>5,2</b>	<b>-1,9</b>	<b>-3,4</b>	<b>-0,2</b>	<b>5,8</b>	<b>2,6</b>
Oneri (+) finanziari netti	0,3	0,6	0,0	-2,8	0,0	1,0
<b>Risultato corrente</b>	<b>4,9</b>	<b>-2,5</b>	<b>-3,4</b>	<b>2,6</b>	<b>5,8</b>	<b>1,6</b>
Costo del lavoro per dipendente (€ '000)	40	42	38	32	37	31
Valore aggiunto netto per dipendente (€'000)	57	37	29	32	74	38
Costo del lavoro / valore aggiunto netto (in %)	70,3	115,0	132,1	101,4	49,1	83,4
Roi (%)	13,7	neg.	neg.	2,5	23,0	5,5
Roe (%)	13,6	neg.	neg.	0,1	24,2	10,5
Giorni magazzino	19,7	35,4	33,9	36,9	17,5	52,5
Giorni fornitori	66,8	81,0	96,4	56,6	66,8	75,6

Graf. 5 - Risultato netto cumulato 2010-2014 (milioni di euro)

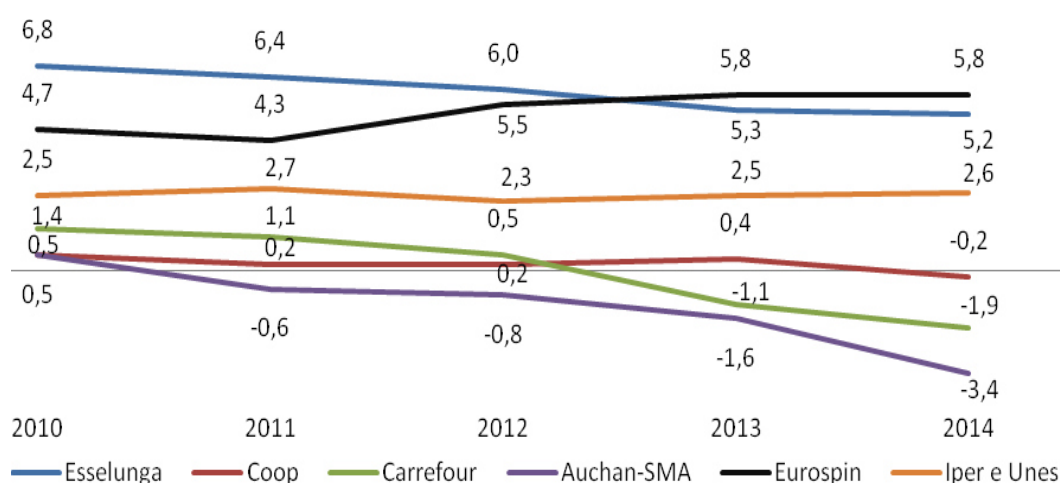


Nel 2014 Esselunga ha segnato la migliore incidenza del valore aggiunto sul fatturato (19,9%), precedendo di poco la Canova 2007-Finiper (19,2%) e le Coop (18,7%). Eurospin Italia recupera nei margini successivi, grazie alla bassa incidenza del costo del lavoro (5,6%, metà rispetto agli altri operatori), seguita da Esselunga (nonostante il maggiore numero di dipendenti per unità di superficie e di un costo del lavoro per addetto elevato, pari a 40mila euro). L'*ebit margin* di Eurospin Italia si attesta al 5,8%, davanti a Esselunga con il 5,2%; in negativo i due gruppi francesi (soprattutto Auchan-SMA: -3,4%) e le Coop (-0,2%). Eurospin Italia ed Esselunga conseguono anche il miglior risultato corrente sulle vendite, rispettivamente 5,8% e 4,9%; le Coop arrivano al 2,6%, grazie al consistente apporto della gestione finanziaria (2,8% delle vendite). Il *roe* è coerente, toccando 24,2% per Eurospin Italia, 13,6% per Esselunga, 10,5% per Canova 2007-Finiper, lo 0,1% per le Coop, mentre chiudono in rosso i due gruppi francesi che nell'ultimo quinquennio hanno cumulato perdite nette per quasi 2,7 miliardi di euro, di cui 2,4 in capo a Carrefour. L'utile cumulato dal 2010 da Esselunga ha toccato 1,1 miliardi, Eurospin Italia è arrivata a 550 milioni, Canova 2007-Finiper a 73 e le Coop a 53 milioni. Carrefour e Auchan-SMA riportano un rapporto tra costo del lavoro e valore aggiunto netto ampiamente superiore al 100%: la ricchezza generata dalla gestione industriale non è quindi sufficiente a ripagare l'impiego della forza lavoro che vi ha concorso. Poco oltre il 100% anche il rapporto delle Coop. Il valore più basso (e quindi virtuoso) è di Eurospin (49,1%).

#### *Dinamica dei margini e dei risultati (2010-2014)*

Dal 2010 i margini industriali (Mon) di Esselunga appaiono in progressiva contrazione, dal 6,8% al 5,2% del fatturato, mentre Eurospin Italia è la sola ad averli migliorati di oltre un punto, dal 4,7% al 5,8%; stabile Iper-Unes, intorno al 2,5%. Carrefour è peggiorata dal 2010, chiudendo nel 2014 con valori negativi (-1,9%); ancora peggiori le performance di Auchan-SMA che già nel 2011 riportava margini negativi (-0,6%) ed ha continuato da allora ad aggravarli fino al -3,4% del 2014. E' modesta la redditività delle Coop che per la prima volta dal 2010 chiudono su valori negativi (-0,2%).

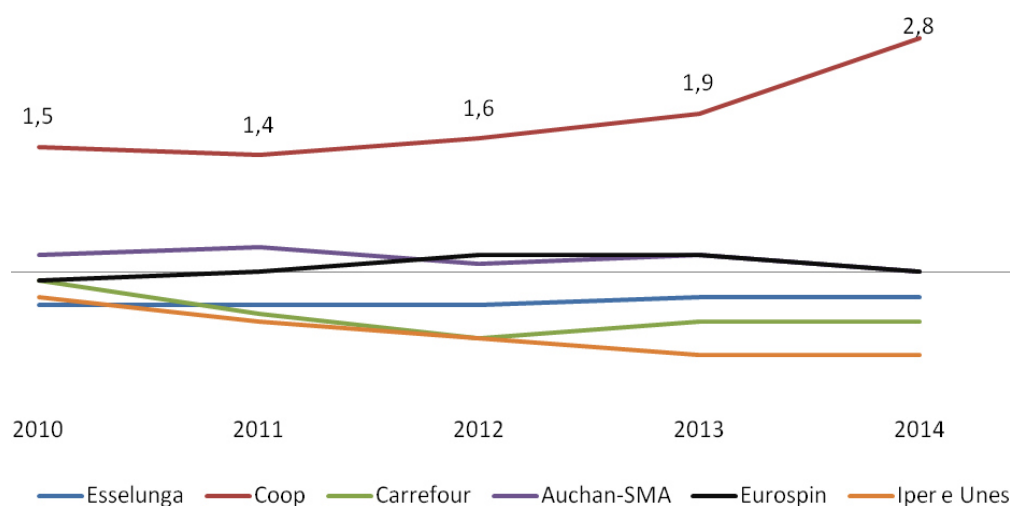
*Graf. 6 - Rapporto tra Mon e fatturato in % (2010-2014)*





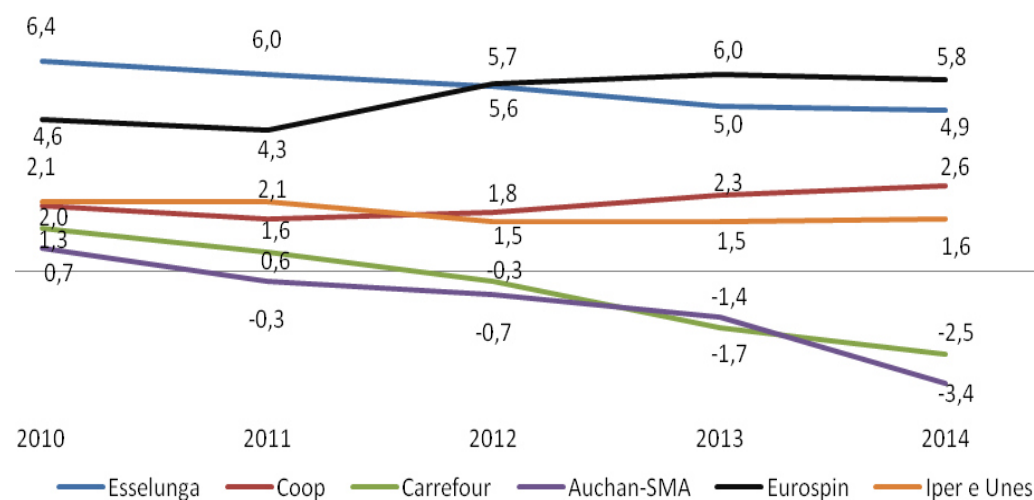
La gestione finanziaria (proventi finanziari netti) assume dimensione rilevante e crescente per le Coop, arrivando a rappresentare nel 2014 il 2,8% del fatturato. Si tratta di un elemento che non ha riscontro nei bilanci degli altri operatori.

*Graf. 7 - Rapporto tra proventi finanziari netti e fatturato in % (2010-2014)*



L'apporto della gestione finanziaria consente all'aggregato Coop di riequilibrare il proprio risultato corrente che diviene ampiamente positivo e superiore dal 2012 a quello del gruppo Finiper, fino al 2,6% del 2014. Eurospin Italia conferma la propria crescita, sopravanzando dal 2012 Esselunga.

*Graf. 8 - Rapporto tra risultato corrente e fatturato in % (2010-2014)*



## *L'aggregato delle Coop*

L'aggregato delle Coop nel 2014 presenta i seguenti profili:

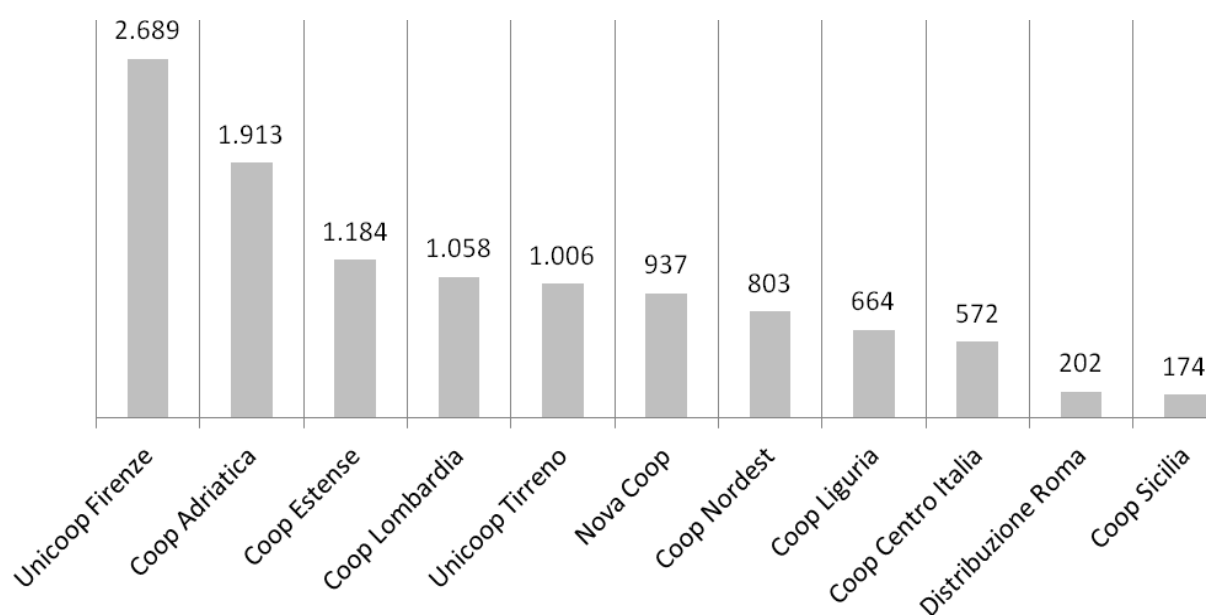
- Unicoop Firenze si è confermata nel 2014 la maggiore cooperativa di consumatori, con ricavi per 2.689 milioni, seguita da Coop Adriatica a 1.913 milioni, Coop Estense con 1.184 milioni, Coop Lombardia con 1.058 milioni e Unicoop Tirreno con 1.006 milioni;
- la redditività complessiva delle singole cooperative dipende dalla gestione industriale e da quella finanziaria. Quanto alla prima, il rapporto tra margine operativo netto e fatturato mette in luce che sei società hanno presentato nel 2014 una gestione operativa in perdita, con risultati particolarmente negativi in capo a Coop Sicilia (-13,7%) e Coop Lombardia (-4,2%) e Distribuzione Roma (-3,4%);
- i finanziamenti da soci sono in recupero del 2,5%, dai 10,8 miliardi del 2013 agli 11,1 miliardi del 2014; le consistenze maggiori sono raccolte da Coop Adriatica (2.284 milioni) e Unicoop Firenze (2.149 milioni);
- il portafoglio degli investimenti finanziari è così composto: *a)* titoli non immobilizzati per 7,3 mld, in aumento del 12,4% sul 2013, di cui indicativamente 3,5 mld in titoli di stato (47% del portafoglio) e 2,5 mld in obbligazioni (35%); *b)* partecipazioni, al lordo di quelle infragruppo, per 2,1 miliardi (-0,5% sul 2013) tra cui: Finsoe per 1,2 miliardi (54,4%, principale azionista di Unipol con il 31,4% del capitale), Lima srl per 177 milioni (100%, finanziaria che detiene il 4,55% del capitale sociale di Unipol), Banca Monte dei Paschi di Siena per 110 milioni (1,83% del capitale sociale), azioni Unipol per ulteriori 96 milioni (10,77% del capitale), Banca Carige per 32 milioni (1,7% del capitale), Holmo per 22 milioni (si tratta dell'8,06% della società che a sua volta detiene un ulteriore 23,83% della Finsoe); *c)* titoli immobilizzati per 1,3 miliardi (relativi per il 69% a titoli di stato ed obbligazioni); *d)* cassa e disponibilità per oltre 2 miliardi (-1,1% sul 2013);
- il portafoglio di attività finanziarie più consistente è detenuto dalla Coop Adriatica e ammonta a 2,7 miliardi rappresentati principalmente da titoli non immobilizzati per 1,7 miliardi, partecipazioni per 422 milioni e cassa per 404 milioni; seguono Unicoop Firenze (1,8 mld), Coop Estense (1,7 mld) e Coop Nordest (1,5 mld), Coop Lombardia e Unicoop Tirreno (entrambe con 1,2 mld), Coop Liguria e Nova Coop (entrambe con 1,1 mld);
- la gestione finanziaria (saldo tra proventi ed oneri finanziari) dell'aggregato delle Coop ha saldato in positivo per 309 milioni di euro (il 2,8% del fatturato), compensando la gestione industriale marginalmente negativa;
- quasi il 90% dei proventi finanziari netti sono stati assorbiti nel 2014 da svalutazioni pari a 184 milioni di euro, essenzialmente su titoli e partecipazioni; dal 2010 la gestione finanziaria ha prodotto un saldo positivo di 1.036 milioni e comportato svalutazioni per 814 milioni; nell'ultimo quinquennio quindi il portafoglio finanziario ha generato quindi risorse per circa 220 milioni;
- delle undici società che compongono l'aggregato Coop, cinque hanno chiuso il 2014 in perdita netta: quelle maggiori sono toccate a Coop Centro Italia (-37,4 milioni), Coop Sicilia (-29,5 milioni), Coop Liguria (-24 milioni), Unicoop Tirreno (-17 milioni) e Distribuzione Roma (-9,4 milioni); il migliore risultato è di Unicoop Firenze (+31,3 milioni), seguita da Coop Adriatica (+15,7 milioni).

In sintesi, nel periodo 2010-2014 la gestione industriale delle Coop ha prodotto margini cumulati positivi pari a 136 milioni, cui si aggiungono 1.036 milioni rivenienti dalla gestione finanziaria. Il portafoglio di titoli e partecipazioni ha prodotto nello stesso periodo svalutazioni per 814 milioni. Le poste straordinarie hanno comportato introiti per circa 200 milioni. Tenuto conto delle imposte per 500 milioni, si ottiene un utile netto cumulato di circa 50 milioni.

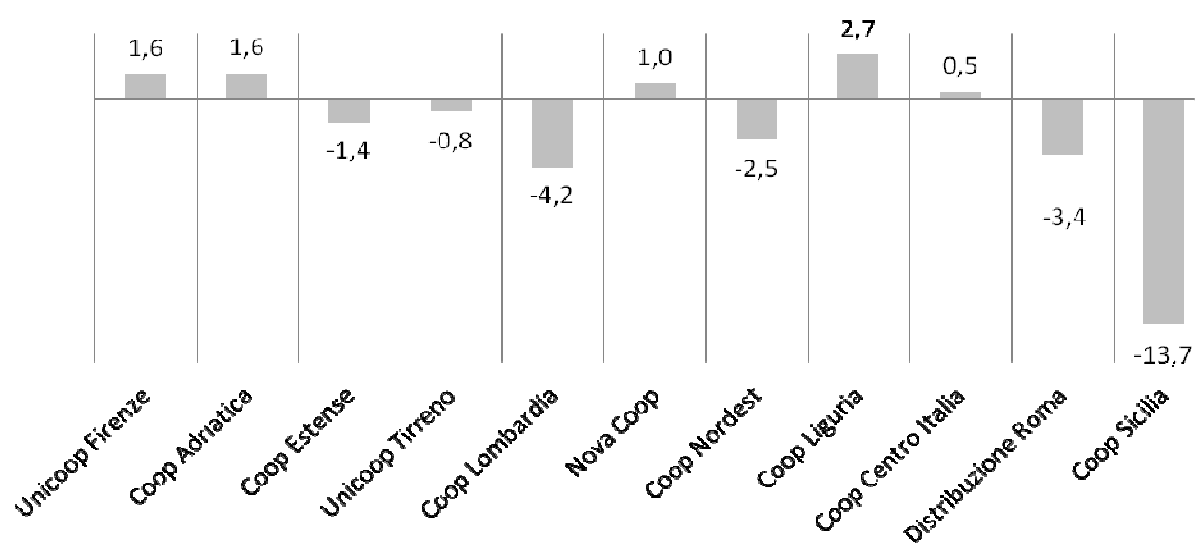
Si segnala infine che nell'ottobre 2015 le assemblee dei soci di Coop Adriatica, Coop Consumatori Nordest e Coop Estense hanno approvato il progetto di fusione tra le rispettive cooperative; la nuova entità, operativa dal 1° gennaio 2016, ha assunto la denominazione di Coop Alleanza 3.0 e rappresenta la principale cooperativa italiana ed europea con circa 2,7 milioni di soci, 5 miliardi di fatturato, oltre 400 punti vendita e 22 mila dipendenti.

## **GRAFICI E TABELLE**

*Graf. I - Fatturato nel 2014 (milioni di euro) delle società dell'aggregato Coop*



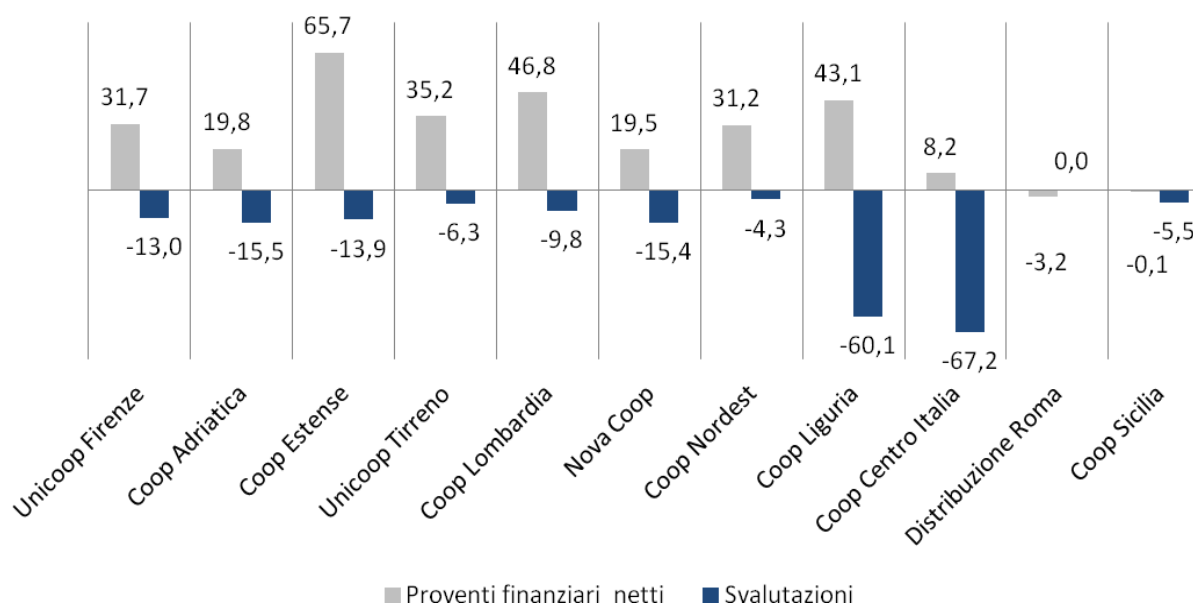
*Graf. II - Mon / Fatturato (in %) nel 2014 delle società dell'aggregato Coop*



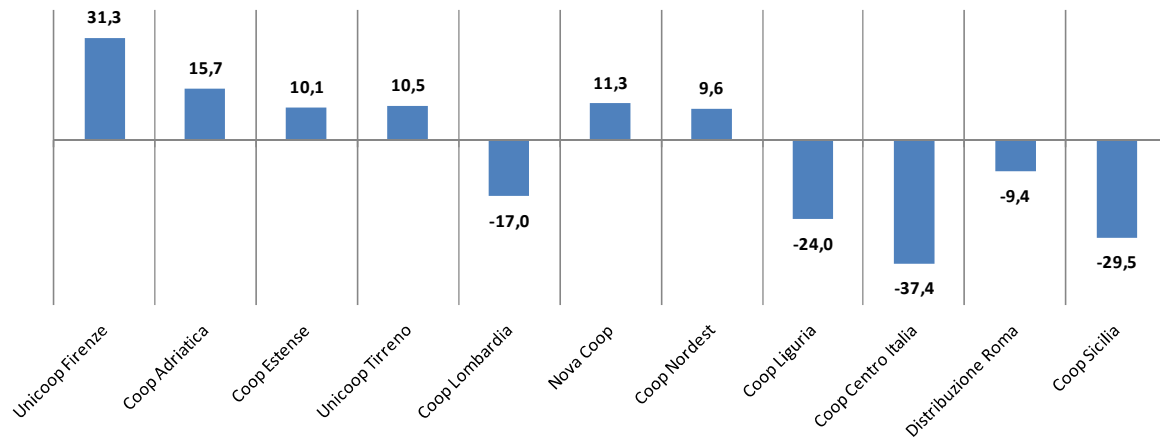
Tab. I - Dettaglio del portafoglio finanziario delle Coop (2014)

Milioni di euro					Totale	Per memoria: raccolta da soci
	Cassa	Titoli non immobilizzati	Titoli immobilizzati	Partecipazioni		
Unicoop Firenze	333,6	1.225,9	202,5	14,3	<b>1.776,3</b>	2.149,4
Coop Adriatica	403,8	1.747,4	78,8	422,4	<b>2.652,5</b>	2.284,1
Coop Estense	186,1	953,8	211,8	348,2	<b>1.699,9</b>	834,2
Unicoop Tirreno	55,4	924,4	65,0	113,0	<b>1.157,8</b>	1.199,2
Coop Lombardia	46,2	480,3	440,3	247,4	<b>1.214,2</b>	1.158,7
Nova Coop	60,6	782,9	7,7	242,8	<b>1.093,9</b>	758,6
Coop Nordest	624,7	483,5	48,9	370,7	<b>1.527,8</b>	1.444,6
Coop Liguria	59,1	628,3	147,8	227,1	<b>1.062,2</b>	663,1
Coop Centro Italia	227,8	86,5	110,2	124,6	<b>549,1</b>	581,9
Distribuzione Roma	4,9	0,0	0,0	0,0	<b>4,9</b>	0,0
Coop Sicilia	9,4	0,0	0,0	0,0	<b>9,5</b>	0,0
<b>Totale</b>	<b>2.011,7</b>	<b>7.312,9</b>	<b>1.312,9</b>	<b>2.110,6</b>	<b>12.748,1</b>	<b>11.073,8</b>

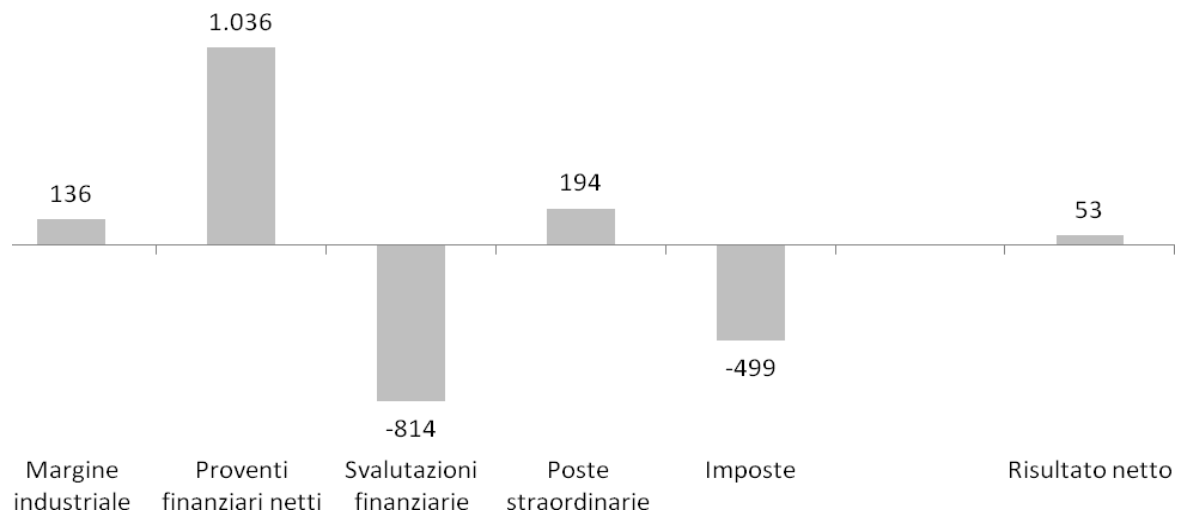
Graf. III - Saldo finanziario e svalutazioni nel 2014 delle Coop (milioni di euro)



*Graf. IV – Risultato netto 2014 delle Coop (milioni di euro)*



*Graf. V - Aggregato Coop: risultati cumulati 2010-2014 (milioni di euro)*



Tab. II - Dati di struttura (2010-2014)

**Dipendenti (numero medio)**

	Esselunga	Carrefour	Auchan-SMA	Coop (*)	Eurospin Italia	Canova 2007-Finiper	Totale
2010	19.322	17.917	19.347	52.872	4.618	9.775	123.851
2011	19.685	16.528	18.654	52.799	4.825	9.812	122.303
2012	20.221	16.009	18.257	52.384	4.892	10.024	121.787
2013	20.605	16.080	17.417	52.101	5.614	10.337	122.154
2014	21.135	15.962	16.841	52.609	6.333	10.271	123.151
var % (14-10)	9,4	-10,9	-13,0	0,7	37,1	5,1	-0,1
var % (14-13)	2,6	-0,7	-3,3	1,0	12,8	-0,6	0,8

**Punti vendita di proprietà**

	Esselunga	Carrefour	Auchan-SMA	Coop (*)	Eurospin Italia	Canova 2007-Finiper	Totale
2010	141	449	325	975	n.d.	n.d.	n.d.
2011	141	450	328	1.000	n.d.	n.d.	n.d.
2012	144	448	326	1.011	n.d.	n.d.	n.d.
2013	143	459	320	760	n.d.	n.d.	n.d.
2014	149	524	340	802	n.d.	n.d.	n.d.
var % (14-10)	5,7	16,7	4,6	9,3	n.c.	n.c.	n.c.
var % (14-13)	4,2	14,2	6,3	5,5	n.c.	n.c.	n.c.

**Punti vendita non di proprietà in % del totale**

	Esselunga	Carrefour	Auchan-SMA	Coop (*)	Eurospin Italia	Canova 2007-Finiper	Totale
2010	0,0	65,5	82,2	0,0	n.d.	n.d.	n.d.
2011	0,0	65,5	81,9	0,0	n.d.	n.d.	n.d.
2012	0,0	63,2	82,3	0,0	n.d.	n.d.	n.d.
2013	0,0	59,2	82,3	0,0	n.d.	n.d.	n.d.
2014	0,0	54,7	81,9	0,0	n.d.	n.d.	n.d.
diff. punti (14-10)	0,0	-10,8	-0,3	0,0	n.c.	n.c.	n.c.
diff. punti (14-13)	0,0	-4,5	-0,4	0,0	n.c.	n.c.	n.c.
(*) Ove possibile, variazioni calcolate su base omogenea.							
Fonte: R&S-Mediobanca							



Tab. III - Dati unitari (2010-2014)

**Fatturato per punto vendita (€ '000)**

	Esselunga	Carrefour (1)	Auchan-SMA	Coop	Eurospin Italia	Canova 2007- Finiper	Media (*)
2010	44.318	10.040	14.618	10.891	n.d.	n.d.	19.966,8
2011	45.710	9.789	14.227	11.008	n.d.	n.d.	20.183,5
2012	47.277	9.372	14.021	10.796	n.d.	n.d.	20.366,5
2013	47.307	8.737	13.514	13.765	n.d.	n.d.	20.830,8
2014	47.039	7.875	12.874	13.207	n.d.	n.d.	20.248,8
var % (14-10)	6,1	-21,6	-11,9	21,3	n.c.	n.c.	1,4
var % (14-13)	-0,6	-9,9	-4,7	-4,1	n.c.	n.c.	-2,8

**Superficie per punto vendita (mq)**

	Esselunga	Carrefour	Auchan	Coop (nove maggiori)	Eurospin Italia	Canova 2007- Finiper	Media (*)
2010	2.822,7	1.648,1	2.544,6	1.594,9	n.d.	n.d.	2.152,6
2011	2.851,1	1.622,2	2.618,9	1.584,5	n.d.	n.d.	2.169,2
2012	2.902,8	1.616,1	2.625,8	1.583,3	n.d.	n.d.	2.182,0
2013	2.923,1	1.603,5	2.646,9	1.944,8	n.d.	n.d.	2.279,6
2014	3.013,4	1.509,5	2.361,8	1.861,4	n.d.	n.d.	2.186,5
var % (14-10)	6,8	-8,4	-7,2	16,7	n.c.	n.c.	1,6
var % (14-13)	3,1	-5,9	-10,8	-4,3	n.c.	n.c.	-4,1

**Fatturato per mq (€)**

	Esselunga	Carrefour	Auchan	Coop (nove maggiori)	Eurospin Italia	Canova 2007- Finiper	Media (*)
2010	16.011,7	5.876,3	5.845,2	6.900,6	n.d.	n.d.	8.658,5
2011	16.113,0	5.820,4	5.510,1	6.924,5	n.d.	n.d.	8.592,0
2012	16.431,6	5.620,4	5.346,9	6.816,4	n.d.	n.d.	8.553,8
2013	16.240,6	5.230,1	5.126,2	6.773,4	n.d.	n.d.	8.342,6
2014	15.842,4	4.873,6	4.955,2	6.944,2	n.d.	n.d.	8.153,9
var % (14-10)	-1,1	-17,1	-15,2	0,6	n.c.	n.c.	-5,8
var % (14-13)	-2,5	-6,8	-3,3	2,5	n.c.	n.c.	-2,3

(segue)

(continua)

**Fatturato per dipendente (migliaia di €)**

	Esselunga	Carrefour	Auchan	Coop	Eurospin Italia	Canova 2007- Finiper	Media (*)
2010	321	319	273	215	600	240	328,0
2011	327	327	277	220	638	240	338,1
2012	333	318	279	221	716	244	351,8
2013	329	296	280	216	691	242	342,3
2014	325	289	270	213	651	239	331,2
var % (14-10)	1,2	-9,4	-1,1	-0,9	8,5	-0,3	1,0
var % (14-13)	-1,2	-2,4	-3,6	-1,4	-5,8	-1,1	-3,2

**Dipendenti per 1000 mq di superficie di vendita**

	Esselunga	Carrefour	Auchan	Coop	Eurospin Italia	Canova 2007- Finiper	Media (*)
2010	50	23	24	30	n.d.	n.d.	31,7
2011	49	22	22	31	n.d.	n.d.	31,2
2012	49	22	21	32	n.d.	n.d.	31,2
2013	49	22	20	30	n.d.	n.d.	30,4
2014	49	21	20	30	n.d.	n.d.	30,0
var % (14-10)	-2,2	-10,4	-14,1	0,0	n.c.	n.c.	-5,4
var % (14-13)	-1,1	-5,1	-0,2	0,0	n.c.	n.c.	-1,4
(*) Media semplice							
(1) Calcolato escludendo i cash & carry.							
Fonte: R&S-Mediobanca							